



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TITULO

**“Las Tics y su incidencia en las ventas online en el local novedades Lisbeth Kids en el nuevo
Tarqui de la ciudad de Manta en el año 2021”**

Autora:

✓ Lisbeth Alexandra Cedeño Vásquez

Tutor:

✓ Ing. Juan Alberto Moreira Roca

Facultad De Ciencias Administrativas

Carrera De Administración De Empresas

Manta – Manabí – Ecuador

Agosto, 2022

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-01-F-010
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO.	REVISIÓN: 1 Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, certifico:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, cumpliendo el total de 400 horas, bajo la modalidad de proyecto de investigación, cuyo tema del proyecto es **“LAS TICS Y SU INCIDENCIA EN LAS VENTAS ONLINE EN EL LOCAL NOVEDADES LISBETH KIDS EN EL NUEVO TARQUI DE LA CIUDAD DE MANTA EN EL AÑO 2021”**, el mismo que ha sido desarrollado de acuerdo a los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, por tal motivo **CERTIFICO**, que el mencionado proyecto reúne los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

La autoría del tema desarrollado corresponde a la señorita **Cedeño Vásquez Lisbeth Alexandra**, estudiante de la carrera de Administración de Empresas, período académico 2021-2022, quien se encuentra apto para la sustentación de su trabajo de titulación.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 22 de Julio 2022

Lo certifico,



Mg. Juan Alberto Moreira Roca

Docente Tutor

Área: Administración de Empresa

APROBACIÓN DEL TRABAJO

Los registrados por los miembros del tribunal de grado dan la aprobación al trabajo final de titulación, el mismo que cumple con lo estipulado por los reglamentos y disposiciones que fueron determinadas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

Presidente del Tribunal

Ing. Richard Gonzalo Toro Loor

Miembro del Tribunal

Ing. Jessica Guadamud Vera

Miembro del Tribunal

Ing. Carlos Alberto Delgado Velasco

CERTIFICADO DE URKUND**CERTIFICADO DE SIMILITUDES DE ORIGINALIDAD**

Manta, 03 de agosto del 2022

Se informa el resultado del análisis del sistema de similitud y coincidencia “Ouriginal”, al que fue sometido el trabajo de titulación de la estudiante Cedeño Vásquez Lisbeth Alexandra, en la modalidad de Proyecto de Investigación, su análisis presenta el 3% de similitud y coincidencia con otros documentos, para la constancia se adjunta el resultado del análisis debidamente sustentado.

Por consiguiente, como tutor del presente trabajo de titulación dejo constancia de este resultado:

**Document Information**

Analyzed document	TESIS Lisbeth Cedeño.docx (D142635498)
Submitted	2022-08-03 18:14:00
Submitted by	
Submitter email	e1313687525@live.uleam.edu.ec
Similarity	3%
Analysis address	juan.moreira.uleam@analysis.urkund.com

Lo certifico,

Ing. Juan Alberto Moreira Roca, Mg
Docente Tutor

DEDICATORIA

A mi madre, Gladys Vásquez, la mujer más fuerte y gentil que conozco la admiración total para ella la que estuvo a mi lado en los buenos y malos momentos en las situaciones difíciles que se presentaron en nuestras vidas, por ser la mujer del hogar y el pilar fundamental de mi vida entera y la mujer de mi vida, espero que este logro te haga muy feliz y poder continuar juntas hasta que Dios lo permita.

A mi hermana, Ginger Cedeño, que forma parte de mi pequeña gran familia, ella por estar siempre cada que la necesito siempre está presente en todas las adversidades que se presentan día a día.

Este paso muy importante se lo dedico a Dios sobre todo porque él siempre me acompaña en cada momento y cada paso que doy sin él no podría haber llegado hasta aquí.

A mi amiga, Romina Bravo, por ser mi amiga en la Universidad y por apoyarme y guiarme en mi redacción de Tesis

Lisbeth Cedeño Vásquez

RECONOCIMIENTO

Primeramente, a Dios, por colmarme de bendiciones y permitirme culminar esta nueva etapa y siempre guiarme por los buenos pasos y nunca desampararme.

A mi madre, por ser mi familia y ser ese apoyo de todos los días y nunca dejarme decaer cuando estaba a punto de rendirme.

A mi hermana, que me ayudo en los problemas que tenía para poder escoger un título para desarrollar mi tesis

A mi tutor que me ayudo a culminar mi tesis y por guiarme por el camino perfecto, y darme sus buenas opiniones y correcciones pertinentes.

Lisbeth Cedeño Vásquez

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	2
APROBACIÓN DEL TRABAJO	3
CERTIFICADO DE URKUND	4
CERTIFICADO DE SIMILITUDES DE ORIGINALIDAD	4
DEDICATORIA	5
RECONOCIMIENTO	6
ÍNDICE	7
RESUMEN	12
ABSTRACT	13
1. INTRODUCCIÓN	14
1.1. Diseño teórico	16
1.1.1 Formulación del problema	16
1.1.1.1. Problema general	16
1.1.1.2. Problemas específicos	16
1.1.2. Objeto y campo de acción	16
1.1.3. Formulación de objetivos	16
1.1.3.1. Objetivo general	16
1.1.3.2. Objetivo específico	16
1.1.4. Determinación de variables	17
Variable independiente: Las tics	17
Variable dependiente: Venta Online	17
1.1.5. Formulación de las hipótesis	17
1.1.5.1. Hipótesis General	17
1.1.5.2 Hipótesis Específicas	17
1.1.6. Operacionalización de las variables	18
1.1.7. Matriz de consistencia	19
Matriz de consistencia	19
1.2. Diseño metodológico	21
1.2.1 Alcance	21
1.2.2. Diseño	21
1.2.3. Población y muestra	21
1.2.4 Instrumento de medición y recolección de datos	22

2. MARCO TEÓRICO	22
2.1. Antecedentes de la investigación	22
2.2. Bases Teóricas	27
2.2.1. Tics	27
2.2.1.1. Innovación	28
2.2.1.1.1. Que es la innovación	28
2.2.1.2 Confiabilidad	29
2.2.1.3 Aumento de competitividad	29
2.2.1.4. Reducción de costos	30
3. DIAGNÓSTICO	31
3.1. Dimensión: Innovación	31
3.2. Dimensión: Confiabilidad	35
3.3. Dimensión: Aumento de competitividad	37
3.4. Dimensión: Reducción de Costos	39
3.8 COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS	41
3.8.1 Comprobación de hipótesis específica #1	41
3.8.2 Comprobación de hipótesis específica #2	41
3.8.3 Comprobación de hipótesis específicas #3	42
3.8.4. Comprobación de hipótesis específicas #4	42
3.5.5 Comprobación de hipótesis general	43
4. PROPUESTA	44
4.1. Propuesta para la solución del problema	44
4.1.1. Antecedentes	44
4.1.2. Desarrollo de las estrategias	45
4.1.2.1 Las Tics	45
5. CONCLUSIONES	48
6. RECOMENDACIONES	49
7. BIBLIOGRAFÍA	50
8. ANEXOS	52
Anexo 1: Formato del cuestionario realizado de forma presencial a los clientes del Local Novedades Lisbeth Kids	52
Anexo 2: Formato del cuestionario realizado en Microsoft Forms	54
Anexo 3: Encuesta realizada a la cliente que fue atendida en el local Novedades Lisbeth Kids	56

Anexo 3: Encuesta realizada a la cliente que fue atendida en el local Novedades Lisbeth Kids	57
Anexo 4: Encuesta enviada por Gmail al cliente mediante la aplicación de Microsoft Forms	58
Anexo 5: Encuesta realizada mediante WhatsApp con la aplicación Microsoft Forms	59

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de las variables	18
Tabla 2 Matriz de Consistencia	20
Tabla 3 Nuevos modelos de negocios	31
Tabla 4 Incursión en otros sectores comerciales	32
Tabla 5 Creación de nuevos prototipos	33
Tabla 6 Se desarrollan nuevos objetivos empresariales	34
Tabla 7 Se brinda varias soluciones alternativas a un mismo problema	35
Tabla 8 Un buen trato	36
Tabla 9 Precios más asequibles	37
Tabla 10 Calidad Superior	38
Tabla 11 La gestión del Stock	39
Tabla 12 Aumento de ganancias	40
Tabla 13 Innovación	45
Tabla 14 Confiabilidad	46
Tabla 15 Aumento de Competitividad	46
Tabla 16 Reducción de Costos	47

INDICE DE NOTAS

Nota: 1 Encuesta dirigida a los clientes del local Novedades Lisbeth Kids en el Nuevo Tarqui de la ciudad de Manta en el año 2021	31
Nota: 2 Encuesta dirigida a los clientes del local Novedades Lisbeth Kids en el Nuevo Tarqui de la ciudad de Manta en el año 2021	32
Nota: 3 Encuesta dirigida a los clientes del local Novedades Lisbeth Kids en el Nuevo Tarqui de la ciudad de Manta en el año 2021	33
Nota: 4 Encuesta dirigida a los clientes del local Novedades Lisbeth Kids en el Nuevo Tarqui de la ciudad de Manta en el año 2021	34
Nota: 5 Encuesta dirigida a los clientes del local Novedades Lisbeth Kids en el Nuevo Tarqui de la ciudad de Manta en el año 2021	35
Nota: 6 Encuesta dirigida a los clientes del local Novedades Lisbeth Kids en el Nuevo Tarqui de la ciudad de Manta en el año 2021	36
Nota: 7 Encuesta dirigida a los clientes del local Novedades Lisbeth Kids en el Nuevo Tarqui de la ciudad de Manta en el año 2021	37
Nota: 8 Encuesta dirigida a los clientes del local Novedades Lisbeth Kids en el Nuevo Tarqui de la ciudad de Manta en el año 2021	38
Nota: 9 Encuesta dirigida a los clientes del local Novedades Lisbeth Kids en el Nuevo Tarqui de la ciudad de Manta en el año 2021	39
Nota: 10 Encuesta dirigida a los clientes del local Novedades Lisbeth Kids en el Nuevo Tarqui de la ciudad de Manta en el año 2021	40

RESUMEN

La investigación “Las Tics y su incidencia en las ventas online en el local novedades Lisbeth Kids en el nuevo Tarqui de la ciudad de Manta en el año 2021” tuvo como objetivo determinar la falta de aplicación de las Tics en el local de ropa de niño en Novedades Lisbeth Kids ubicada en Manta en el Nuevo Tarqui en al año 2021. Para lo cual la metodología que se utilizó es exploratoria y descriptiva, además se empleó como técnica de investigación: la encuesta, utilizando el modelo dicotómico el cual tuvo 10 preguntas apoyadas de las dimensiones de las variables las tics y ventas online; donde se analizan características relacionadas con: innovación, confiabilidad, aumento de competitividad, reducción de costos. Considerando que el universo finito es de 37 para el caso el tamaño de la muestra son los 37 clientes que van regularmente al local Novedades Lisbeth Kids ubicada en el Nuevo Tarqui en la ciudad de Manta. Los resultados del análisis de la encuesta desarrollada ayudaron a identificar la falta de aplicación de las Tics en el local Novedades Lisbeth Kids ubicada en Manta en el Nuevo Tarqui en al año 2021. Al mismo tiempo, considerando resultados obtenidos en la encuesta, se plantea la propuesta con sus conclusiones y recomendaciones respectivas.

Palabras claves: Tics, Innovación, Comercio Electrónico, Ventas Online

ABSTRACT

The research "Tics and its impact on online sales in the local Lisbeth Kids novelties in the new Tarqui in the city of Manta in the year 2021" aimed to determine the lack of application of Tics in the local children's clothing in Lisbeth Kids Novelties located in Manta in the New Tarqui in the year 2021. For which the methodology used is exploratory and descriptive, also used as a research technique: the survey, using the dichotomous model which had 10 questions supported by the dimensions of the variables tics and online sales; where characteristics related to: innovation, reliability, increased competitiveness, cost reduction. Considering that the finite universe is 37, the sample size is 37 customers who regularly go to the store Novedades Lisbeth Kids located in Nuevo Tarqui in the city of Manta. The results of the analysis of the survey developed helped to identify the lack of application of ICTs in the children's clothing store Novedades Lisbeth Kids located in Manta in Nuevo Tarqui in the year 2021. At the same time, considering the results obtained in the survey, the proposal is presented with its respective conclusions and recommendations.

Key words: Tics, Innovation, E-commerce, Online Sales.

1. INTRODUCCIÓN

Actualmente las TICS, son relevantes para todos, es difícil imaginar las actividades del día a día prescindido de ellas. En las organizaciones esta situación no es diferente, las empresas necesitan usar las TICs en sus procesos para ser competitivas, la actualización debe de ser constante y no solo en cuanto a la cantidad de herramientas utilizadas, sino en su aprovechamiento y manejo de estas, todo esto debido a las exigencias de los mercados cada vez más globalizados.

Las TICs se desglosan de tres grandes bloques: redes, terminales y servicios. Dentro de cada uno de ellos, se encuentran conceptos desde telefonía hasta comercio electrónico y comunicación directa con el cliente. Todas ellas proporcionan un apoyo sustancioso, rápido y eficiente para la gestión de los procesos, así como de la operación de instituciones, empresas u organizaciones, lo cual las lleva a ser más competitivas, sobrevivir en los mercados locales, nacionales incluso globales siendo lo predominante en cada una de ellas.

La indagación de esta problemática surge de la necesidad de conocer las incidencias de las Tics y ventas online en el local Novedades Lisbeth Kids en el Nuevo Tarqui de la ciudad de Manta en el año 2021, abarcando siete dimensiones, las cuales son innovación, confiabilidad, aumento de competitividad, reducción de costos, servicio; mismos que determinaron las incidencias de las Tics y ventas online en el local Novedades Lisbeth Kids.

De tal manera que en esta investigación se aplicó una encuesta basada en los indicadores que nos proporcionaron las dimensiones anteriormente mencionadas para evaluar a los clientes que van regularmente al local Novedades Lisbeth Kids en el Nuevo Tarqui de la ciudad de Manta en el año 2021, al realizar esta encuesta no hubo ningún inconveniente ya que los clientes frecuentan el local y no hubo necesidad de ir a sus respectivas casas.

En la parte introductoria se investigó sobre los antecedentes de la investigación en artículos científicos, libros, tesis postgrado, etc. También se detalló el diseño teórico donde se formularon los problemas generales y específicos, objetivos generales y específicos, hipótesis generales y específicas a cumplir en la investigación; así como también se realizó la matriz de consistencia y la operacionalización de las variables. En el diseño metodológico de la investigación se detalló el

alcance y diseño de la investigación, así como la población y muestra e instrumentos de recolección de datos.

En el marco teórico se analizó definiciones del tema y dimensiones de este de acuerdo con los autores relacionados con la problemática de la investigación, en el diagnóstico se mostraron los resultados estadísticos de las encuestas realizadas a los clientes del local Novedades Lisbeth Kids; así como también los análisis e interpretaciones de los resultados obtenidos, los mismos que sirvieron para la elaboración de la propuesta. La propuesta dará soluciones a las debilidades detectadas en las incidencias de las Tics y venta online en el local Novedades Lisbeth en el Nuevo Tarqui de la ciudad de Manta en el año 2021.

1.1. Diseño teórico

1.1.1 Formulación del problema

1.1.1.1. Problema general

¿Falta de aplicación de las Tics en el local Novedades Lisbeth Kids ubicada en Manta en el Nuevo Tarqui en al año 2021?

1.1.1.2. Problemas específicos

- ¿De qué manera influye la innovación en la falta de aplicación de las Tics en el local Novedades Lisbeth Kids ubicada en Manta en el Nuevo Tarqui en al año 2021?
- ¿Cómo se genera la confiabilidad en falta de aplicación de las Tics en el local Novedades Lisbeth Kids ubicada en Manta en el Nuevo Tarqui en al año 2021?
- ¿De qué manera actúa el aumento de la competitividad en la falta de aplicación de las Tics en el local Novedades Lisbeth Kids ubicada en Manta en el Nuevo Tarqui en al año 2021?
- ¿En qué manera influye la reducción de costos en la falta de aplicación de las Tics en el local Novedades Lisbeth Kids ubicada en Manta en el Nuevo Tarqui en al año 2021?

1.1.2. Objeto y campo de acción

Objeto: Las tics

Campo de acción: En el local Novedades Lisbeth Kids ubicada en Manta en el Nuevo Tarqui en el año 2021

1.1.3. Formulación de objetivos

1.1.3.1. Objetivo general

Determinar la falta de aplicación de las Tics en el local Novedades Lisbeth Kids ubicada en Manta en el Nuevo Tarqui en al año 2021

1.1.3.2. Objetivo específico

- Analizar la innovación en la falta de aplicación de las Tics en el local Novedades Lisbeth Kids ubicada en Manta en el Nuevo Tarqui en al año 2021
- Determinar la confiabilidad en la falta de aplicación de las Tics en el local Novedades Lisbeth Kids ubicada en Manta en el Nuevo Tarqui en al año 2021
- Identificar el aumento de competitividad en la falta de aplicación de las Tics en el local Novedades Lisbeth Kids ubicada en Manta en el Nuevo Tarqui en al año 2021

- Analizar la reducción de costos en la falta de aplicación de las Tics en el local Novedades Lisbeth Kids ubicada en Manta en el Nuevo Tarqui en al año 2021

1.1.4. Determinación de variables

Variable independiente: Las tics

Variable dependiente: Venta Online

1.1.5. Formulación de las hipótesis

1.1.5.1. Hipótesis General

En la actualidad la falta de aplicación de la Tics incide considerablemente en las ventas del local Novedades Lisbeth Kids ubicada en Manta en el Nuevo Tarqui en al año 2021

1.1.5.2 Hipótesis Específicas

- La innovación influye en la falta de aplicación de las Tics en el local de Novedades Lisbeth Kids ubicada en Manta en el Nuevo Tarqui en al año 2021.
- La confiabilidad influye en la falta de aplicación de las Tics en el local Novedades Lisbeth Kids ubicada en Manta en el Nuevo Tarqui en al año 2021.
- El aumento de la competitividad influye en la falta de aplicación de las Tics en el local Novedades Lisbeth Kids ubicada en Manta en el Nuevo Tarqui en al año 2021.
- La reducción de costos influye en la falta de aplicación de las Tics en el local Novedades Lisbeth Kids ubicada en Manta en el Nuevo Tarqui en al año 2021.

1.1.6. Operacionalización de las variables

Tabla 1 Operacionalización de las variables

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

<i>VARIABLES</i>	<i>DIMENSIÓN</i>	<i>INDICADORES</i>	<i>Ítems</i>
<i>TICS</i>	<i>INNOVACIÓN</i>	✓ <i>Nuevos modelos de negocios</i>	<i>P1</i>
		✓ <i>Incursión en otros sectores comerciales</i>	<i>P2</i>
		✓ <i>Creación de nuevos prototipos</i>	<i>P3</i>
		✓ <i>Se desarrollan nuevos objetivos empresariales</i>	<i>P4</i>
	<i>CONFIABILIDAD</i>	✓ <i>Se brinda varias soluciones alternativas a un mismo problema</i>	<i>P5</i>
		✓ <i>Un buen trato</i>	<i>P6</i>
	<i>AUMENTO DE COMPETITIVAD</i>	✓ <i>Precios más asequibles</i>	<i>P7</i>
		✓ <i>Calidad superior</i>	<i>P8</i>
	<i>REDUCCIÓN DE COSTOS</i>	✓ <i>La gestión del stock</i>	<i>P9</i>
		✓ <i>Aumento de ganancias</i>	<i>P10</i>

NOTA: La siguiente tabla presenta las variables independiente y dependiente, las dimensiones y sus indicadores en la investigación del proyecto sobre la falta de aplicación de las Tics en el local de ropa de niño en Novedades Lisbeth Kids ubicada en Manta

1.1.7. Matriz de consistencia

Matriz de consistencia

<i>Problemas</i>	<i>Objetivos</i>	<i>Hipótesis</i>	<i>Variables e indicadores</i>		<i>Metodología</i>
<i>Problema científico general</i>	<i>Objetivo general</i>	<i>Hipótesis general</i>	<i>Variable Independiente</i>	<i>Dimensiones</i>	<i>Indicadores</i>
¿Falta de aplicación de las Tics en el local de ropa de niño en Novedades Lisbeth Kids ubicada en Manta en el Nuevo Tarqui en al año 2021?	Determinar la falta de aplicación de las Tics en el local de ropa de niño en Novedades Lisbeth Kids ubicada en Manta en el Nuevo Tarqui en al año 2021.	En la actualidad la falta de aplicación de la Tics incide considerablemente en las ventas de ropa de niño en Novedades Lisbeth Kids ubicada en Manta en el Nuevo Tarqui en al año 2021.			
					<p>Tipo de Investigación Estudio exploratorio y descriptivo</p> <p>Diseño de la Investigación No experimental</p>
			<i>Las tics</i>		
<i>Problemas Específicos</i>	<i>Objetivos Específicos</i>	<i>Hipótesis Específicas</i>			
¿De qué manera influye la innovación en la falta de aplicación de las Tics en el local de ropa de niño en Novedades Lisbeth Kids ubicada en Manta en el Nuevo Tarqui en al año 2021?	Analizar la innovación en la falta de aplicación de las Tics en el local de ropa de niño en Novedades Lisbeth Kids ubicada en Manta en el Nuevo Tarqui en al año 2021.	La innovación influye en la falta de aplicación de las Tics en el local de ropa de niño en Novedades Lisbeth Kids ubicada en Manta en el Nuevo Tarqui en al año 2021.		Innovación	<ul style="list-style-type: none"> -Nuevos modelos de negocios -Incursión en otros sectores comerciales -Creación de nuevos prototipos -Se desarrollan nuevos objetivos empresariales
					<p>Enfoque de Investigación Enfoques cuantitativos</p>
¿Cómo se genera la confiabilidad en falta de aplicación de las Tics en el local de ropa de niño en Novedades Lisbeth Kids ubicada en Manta en el Nuevo Tarqui en al año 2021?	Determinar la confiabilidad en la falta de aplicación de las Tics en el local de ropa de niño en Novedades Lisbeth Kids ubicada en Manta en el Nuevo Tarqui en al año 2021.	La confiabilidad en la falta de aplicación de las Tics en el local de ropa de niño en Novedades Lisbeth Kids ubicada en Manta en el Nuevo Tarqui en al año 2021.		Confiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> -Se brinda varias soluciones alternativas a un mismo problema -Un buen trato
					<p>Población de Estudio 37 clientes que van regularmente van al local Novedades Lisbeth Kids ubicada en la ciudad de Manta en el Nuevo Tarqui</p>
¿De qué manera actúa el aumento de la competitiva en la falta de aplicación de las Tics en el local de ropa de niño en	Identificar el aumento de competitividad en la falta de aplicación de las Tics en el local de ropa de niño en	El aumento de la competitividad influye en la falta de aplicación de las Tics en el local de ropa de niño en Novedades Lisbeth Kids		Aumento de Competitividad	<ul style="list-style-type: none"> -Precios más asequibles -Calidad superior
					<p>Técnica de recolección de datos Encuesta</p>

Novedades Lisbeth Kids ubicada en Manta en el Nuevo Tarqui en al año 2021?	Novedades Lisbeth Kids ubicada en Manta en el Nuevo Tarqui en al año 2021.	ubicada en Manta en el Nuevo Tarqui en al año 2021.
--	--	---

¿En qué manera influye la reducción de costos en la falta de aplicación de las Tics en el local de ropa de niño en Novedades Lisbeth Kids ubicada en Manta en el Nuevo Tarqui en al año 2021?	Analizar la reducción de costos en la falta de aplicación de las Tics en el local de ropa de niño en Novedades Lisbeth Kids ubicada en Manta en el Nuevo Tarqui en al año 2021.	La reducción de costos influye en la falta de aplicación de las Tics en el local de ropa de niño en Novedades Lisbeth Kids ubicada en Manta en el Nuevo Tarqui en al año 2021.
---	---	--

Reducción de costos	de	-La gestión del stock -Aumento de ganancias
---------------------	----	--

Tabla 2 Matriz de Consistencia

1.2. Diseño metodológico

(Almerco, 2011) menciona que el diseño es aquella estructura para seguir en una investigación realizando el control de esta a fin de encontrar resultados confiables y se relación con las interrogantes surgidas en la hipótesis del problema. A su vez, construye la mejor estrategia a seguir por el investigador para la adecuada solución del problema planteado.

1.2.1 Alcance

Investigación de tipo Exploratorio – Descriptivo, debido a que se genera dudas y fue de manera fundamental profundizar y comprobar las variables sobre Las Tics y su incidencia en las ventas online en el local novedades Lisbeth Kids en el nuevo Tarqui de la ciudad de Manta en el año 2021.

1.2.2. Diseño

Este proyecto se determinó como una investigación no experimental por lo que se observó y analizo las situaciones que ocurrieron en el momento, sin modificar o intervenir en su desarrollo. (Torres, 2019)

1.2.3. Población y muestra

La población es aquel conjunto de personas u objetos de los que se desea comprender algo en una investigación. (López, 2004) Menciona que el universo o población puede estar conformado por personas, animales, registros médicos, los nacimientos, las muestras de laboratorio, accidentes viales entre otros.

La muestra es un subconjunto o parte del universo en el cual se llevará a cabo la investigación. Existen procedimientos para obtener la cantidad deseada bajo los componentes de la muestra como formulas, lógica, entre otros. La muestra es el parte característico de la población. (López, 2004).

$$n = \frac{Nz^2 p \cdot q}{d^2 (N-1) + z^2 (p) (q)}$$

Considerando que el universo finito es de 37 clientes para el caso el tamaño de la muestra son los 37 clientes.

La investigación se realizó con 37 clientes, y no se aplicó la fórmula porque dicho universo es pequeño, la encuesta se aplicó a los clientes que van regularmente al local Novedades Lisbeth Kids ubicada en la ciudad de Manta en el año 2021.

1.2.4 Instrumento de medición y recolección de datos

Se utilizó la encuesta como una de las principales técnicas para la recolección de la información y la observación directa para poder recabar la información directamente, esta recolección de información se les realizó a los clientes que van regularmente al local Novedades Lisbeth Kids ubicada en el Nuevo Tarqui.

Destacando que para la posterior recolección de datos se aplicó una encuesta de modelo dicotómica estructurada por 10 preguntas, las cuales son efectuadas por la autora de la investigadora los indicadores de las dimensiones, las cuales fueron aplicadas a los clientes que van regularmente al local Novedades Lisbeth Kids ubicada en el Nuevo Tarqui.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

(Maldonado, Martínez, Pérez, Aguilera, & González, 2010) en su artículo científico “La influencia de las TICs en el rendimiento de la pyme de Aguascalientes” menciona que el objetivo de la investigación es estudiar si la medida en que las organizaciones llevan a cabo el funcionamiento de las TICs y que tanto estas afectan el desempeño de estas. En este trabajo se utilizó una muestra de 400 organizaciones ubicadas en Aguascalientes, México. Tuvo un análisis sobre el dominio que desempeñan las TICs en beneficio de las Pymes. De acuerdo con los resultados evidenciados en este artículo se manifiestan la influencia positiva en la utilidad de la Pyme. Esto crea una ventaja competitiva a raíz de la utilización de las TICs. Por lo tanto, se ratifica la hipótesis de investigación y se puede confirmar que las TICs ofrecen a las organizaciones, especialmente a las pymes una excelente oportunidad para aumentar el nivel competitivo de las mismas. De tal manera los resultados obtenidos son de gran ayuda a la administración para

proyectar acciones que causan una mayor utilización de las TICs, a los gerentes para incentivar su ejecución en el gestionamiento de las Pymes, a los docentes y estudiantes les ayudas en comprender las ventajas que estas se asocian a las TICs y al funcionamiento de las pymes.

(Macias & Martinez) en su investigación “Estudio de Factibilidad para la implementación y comercialización de un clúster digital para las tiendas de ropa y accesorios ubicadas en la ciudad de Guayaquil” refiere que el objetivo de precisar las condiciones y pertinencia para la implementación y comercialización de un clúster digital para las tiendas de ropa y accesorios ubicadas en la ciudad de Guayaquil clúster digitales para este impacto. Se adaptó una metodología a través de la instigación, derivación y tipos de investigación exploratoria y descriptiva. De esta forma se adjuntó una investigación de campo de la ciudad de Guayaquil. En esta investigación se originó la integración de un prototipo de un clúster digital, a fin de obtener una cabida total de las tiendas de ropa y accesorios de la ciudad de Guayaquil, donde tiene un fin de mostrar ciertos tipos de rendimiento que obtendrán las empresas asociadas al clúster digital y los compradores el cual reflejará imágenes de las prendas de vestir y accesorios, precios y sobre todo múltiples, elecciones para que el cliente consiga un buen servicio de manera rápida y eficaz, la consideración práctica de la presente investigación recae en los beneficios que podrían obtener las tiendas de Ropa y accesorios, puesto que se verían perfeccionadas sus ventas, aumentando e innovando el consumo del comercio electrónico en las Pymes de la ciudad de Guayaquil.

(Hacay) en su investigación “Uso de las tics en la comercialización de ropa deportiva para agregar valor al proceso de venta en la ciudad de Guayaquil” muestra como las TICs pueden dinamizar los procedimientos y la gestión de la información dentro de las organizaciones, de este modo al ser utilizadas como instrumento de promoción para el despacho de bienes y servicios, crea una impresión económica y social. Lo más trascendental para el estudio es aclarar los indicadores que permiten medir dicha impresión. Por lo que, luego de este trabajo de investigación se busca determinar si se está utilizando las TICs en la comercialización de ropa deportiva, para agregar valor al transcurso de venta en la ciudad de Guayaquil. Por medio de la investigación a los consumidores y consultas de empresas que tienen una conexión al medio, se produjo como resultados, la clara carencia de innovación por parte de las organizaciones guayaquileñas en llevar a efecto esta actualización y perfeccionamiento en sus plataformas tecnológicas para el mercadeo de productos deportivos, finalmente, se examina, que el desarrollo moderado de la economía que

se conjetura para los próximos años, se avivará la demanda de artículos deportivos, pasando por alto la inevitable influencia de la moda, otros divisores ligados al previsible aumento del tiempo ocio, al desbordamiento interés por la naturaleza y a la constante aparición de nuevas especialidades deportivas que establecen los principales ejes en torno a los cuales rotara la venta.

(Molina) en su investigación “Influencia de las TICs para mejorar las exportaciones de ropa infantil de la empresa KOSENTIDOS, Lima 2018” refiere que se proyecta determinar cómo las TICs son cada vez más fundamentales e imprescindibles, siendo puntos clave para poder dar a notar la empresa tanto en la esfera nacional e internacional, el poder atraer más clientes, comprender los deseos y las opiniones de los clientes naturales y potenciales clientes, originar más ingresos económicos, esta situación no es despegado a las empresas del grupo textil. Se obtuvo como resultado en la influencia de las TICs si ha perfeccionado las exportaciones de ropa infantil de la empresa KOSENTIDOS. Antes de la ejecución de las nuevas TICs, tenía promedio del 55% de ventas al exterior, hoy por hoy está en promedio del 75%. Se concluye que tanto el progreso tecnológico, el internet y el uso de las TICs son cada vez más influyentes para las empresas, así mayoreando la productividad y creándolas más competitivas a nivel nacional e internacional. Los resultados arrojan que la influencia de las TICs repercute significativamente en el área comercial de la empresa KOSENTIDOS, en el transcurso del presente año, KOSENTIDOS, ha ampliado sus exportaciones, a través de la realización de las TICs.

(Alvarez) en su investigación “Estudio de factibilidad para la implementación del comercio electrónico CatMoon” refiere que, en el estudio de Mercado, fundado en información de fuentes verídicas y confiables, se proyecta un gran crecimiento que se viene dando en el Perú en cuando al Comercio Electrónico, el rótulo de la Moda es el que más solicitud ha tenido en estos últimos años, específicamente en el sector femenino. Al ser un Comercio Electrónico nuevo, se aspira alcanzar al menos el 0.5% de la demanda total, proporcionado a que grandes organizaciones como Saga Falabella o Linio engloban gran parte de la totalidad del mercado. A diferencia de la mercadería con la que se contabilizará para el inicio del proyecto, la organización es también un Marketplace Online, que expone la posibilidad a cualquier emprendedor de designar sus productos en la tienda Online, anticipando la gran cabida de la mercadóloga Online. La inversión total del proyecto de estudio de factibilidad para la implementación del comercio electrónico CatMoon es de

\$110022.32, se ha escogido a Caja Arequipa como el principal financiador del 70.28% del capital para la realización del proyecto con una tasa de 31.25%.

(Sarabia & Espino, 2018) en su libro “Los paradigmas en las dinámicas legales, económicas, y de competitividad en el comercio internacional - Impacto de las Tics en las MiPymes”, tiene como objetivo analizar el impacto que tiene el comercio electrónico y el internet en la capacidad y propulsión a nivel internacional de las micro, pequeñas y medianas empresas, desde la óptica del consumidor. En este libro se considera el impacto que tienen internet y el comercio electrónico en la capacidad y propulsión a nivel internacional de las MiPymes, analizando la importancia que éstas tienen en el PIB de México así como en el establecimiento de empleos entre los ciudadanos del país, notando el criterio del consumidor. En la siguiente investigación se realizó un estudio para mostrar el impacto que tienen internet y el comercio electrónico en la competitividad de las MiPymes desde la perspectiva del consumidor, analizando que alrededor de cuatro millones de las empresas en México a lo largo del 2014, el 97.6% son microempresas y agrupan el 75.4% del personal ocupado total, sucesivas por las empresas pequeñas con 2.0 y 13.5% y las medianas que ejecutan el 0.4 y 11.1% en respecto. En la investigación se tomó como datos el análisis del impacto que tienen internet y el comercio electrónico en la capacidad y propulsión a nivel internacional de las MiPymes desde el punto de vista del consumidor, se concluyó una muestra de 367 encuestados, se empleó un tipo de muestreo probabilístico donde es un muestreo al azar.

(Viteri) en su investigación “La influencia de las Tics en el desarrollo de las MiPymes” se probó que las TICs pueden tener autoridad sobre los procesos administrativos y beneficiosos en una empresa. Las MiPymes que utilizaron la Tics en procesos productivos consiguieron alcanzar mejor rendimiento productivo y comprobación en la cadena de suministros. Por consiguiente, se estableció que las organizaciones también emplean programas informáticos para acelerar procesos contables, financieros y de facturación. La adaptación de tecnología proporciona la consolidación de investigación a la gerencia y facilita la toma de decisiones para obtener una ventaja competitiva en el mercado. El dominio de nuevas tecnologías en las transformaciones de las MiPymes es cuantioso, permite que los procesos sean automáticos y la utilización de información interna y externa se realice con mayor rapidez. De igual forma las MiPymes emplean las aplicaciones móviles en sus celulares para realizar publicidad de los productos o servicios y así abrir nuevos

mercados en las redes sociales. Finalmente, las TICs pueden intervenir de forma positiva en los procesos de una organización teniendo en cuenta los altos costos de desarrollo es recomendable emplear formas de financiamiento cambiantes, como: crédito con proveedores, créditos bancarios o corporaciones financieras gubernamentales que dan apoyo al desarrollo de las MiPymes a nivel nacional.

(Acquila, Iglesias, Chaparro, & Peláez, 2015) en su artículo científico “Omnicanalidad en el sector de la ropa: una nueva revolución digital” menciona que el trabajo demuestra grandes retos que transporta la transformación digital en el ambiente del comercio minorista, haciendo una gran referencia en el énfasis en el grupo de la ropa. El principal reto radica en la necesidad de pronosticar que combinación de canales serán utilizados por los consumidores en cada período del proceso de compra, y en precisar cómo pueden afectar la toma de decisión empresarial en las inclinaciones de uso de esos canales por parte de los compradores. De nuevo, un análisis en interior del fenómeno de la omnicanalidad solicita responder a otras incógnitas que las empresas necesitan para dar un resultado veredicto a los cambios que se originan de la transformación digital. Por ello es necesario la realización de un estudio de las consecuencias derivados de la anexión de nuevos canales. Como recapitulación final se puede determinar que, debido a los avances originados por la transformación digital, aún hay un arduo camino por recorrer a la hora de perfeccionar el conocimiento del comportamiento del consumir en entornos omnicanal.

(Coral, Perdomo, & Galvis) en su investigación “Gestión de Recursos Tics en pymes del sector de confecciones de Ropa Formal (Hombre/Mujer) en la ciudad de Bogotá” menciona que en el marco del trabajo se halló el máximo desarrollo que Colombia ha incrementado en los recientes diez años en cuanto al intelecto e implementación de Tics, formado en la inversión que se ha dominado en las organizaciones dando inicio desde una noción tan simple como es el internet hasta software altamente especializados en zonas que tengan una gran impresión. De este modo las alteraciones sociales que las tecnologías ejecutan, las pymes cada vez son más responsables de la importancia de las Tics para la difusión. Las organizaciones colombianas han sabido entender la necesidad de comprar herramientas Tics que gracias a la globalización y progreso de la tecnología han sometido a un mayor nivel de adaptación a los requisitos del mercado y así mismo a la capacidad del consumidor, mediante de la optimización y la digitalización de contenidos de los procesos comunitarios básicos y claves en el proceder de las organizaciones. En la investigación

realizada la empresa Ramiro's Alta Costura, poseía un alto conocimiento preliminar de la importancia, se debe mantener una conformidad digital y una continua sustitución, favoreciendo los procesos o los sectores claves de la compañía y así alcanzar resultados en tiempo real, uniformados y fáciles de comprender para la toma de decisiones en la organización.

(Cevallos & María) en su investigación "Generación de un plan de Marketing digital para el posicionamiento internacional de la fábrica de ropa "Euphoria" mediante la aplicación de herramientas del comercio electrónico y marketing digital" menciona que en la actualidad estamos en un mundo globalizado, donde se considera que actualmente la información está al alcance de todos, el trabajo de investigación tomo como caso de estudio a la empresa Euphoria Collection, para que se realice un plan de posicionamiento de marketing digital para el local virtual, donde se enfocó en un mercado meta que apruebe la internacionalización de dicha marca. El objetivo de la investigación, es ajustar al comercio exterior hacia las nuevas innovaciones del comercio electrónico, empleando las herramientas y estrategias que prometen las nuevas tecnologías de información y comunicación, al comercio electrónico se lo reflexiona como una herramienta útil y eficaz para algún tipo de negocio que considere perfeccionar su productividad, sus promociones, originar mejores utilidades, mostrar su marca, servicios o productos, dependiendo de una inversión mínima, con una fácil entrada y desarrollos básicos. Posteriormente de haber realizado una distinción en la organización, sus productos y su mercado, se determina que en Euphoria si puede distribuir sus productos de manera internacional, ya que dispone de proveedores exactos para su producción, también cuenta con la mano de obra e instrumentos de maquinarias para la elaboración de prendas de vestir.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Tics

De acuerdo con (Aguirre, 2017) Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) son todos aquellos instrumentos y programas que tratan, administran, transmiten y comparten la información mediante soportes tecnológicos. La informática, Internet y las telecomunicaciones son las TIC más conocidas, aun cuando su crecimiento y evolución están haciendo que cada vez aparezcan más modelos

Al mismo tiempo, Aguirre menciona para que sirven las Tics

- ✓ **Inmaterialidad.** La digitalización nos permite disponer de información inmaterial, para almacenar grandes cantidades en pequeños soportes o acceder a información ubicada en dispositivos lejanos.
- ✓ **Instantaneidad.** Podemos conseguir información y comunicarnos instantáneamente a pesar de encontrarnos a kilómetros de la fuente original.
- ✓ **Interactividad.** Las nuevas TIC se caracterizan por permitir la comunicación bidireccional, entre personas o grupos sin importar donde se encuentren. Esta comunicación se realiza a través de páginas web, correo electrónico, foros, mensajería instantánea, videoconferencias, blogs o wikis entre otros sistemas.
- ✓ **Automatización de tareas.** Las TIC han facilitado muchos aspectos de la vida de las personas gracias a esta característica. Con la automatización de tareas podemos, por ejemplo, programar actividades que realizaran automáticamente los ordenadores con total seguridad y efectividad. Existen interesantes cursos de TIC, desde enfados a profesores como a público en general. Incluso hay programas más especializados como los másteres en TIC.

2.2.1.1. Innovación

2.2.1.1.1. Que es la innovación

La innovación es un concepto muy relacionado al lado empresarial, innovar es mejorar un producto o servicio ya existente, contribuyendo nuevas opciones que reemplacen las necesidades de los clientes o incluso elaborar nuevos productos con el único fin de que este producto tenga un éxito en el mercado así menciona (Concepto, 2022)

A su vez en uno de sus artículos de Enciclopedia Concepto menciona que hay 2 tipos de innovación, dependiendo su modo de surgimiento:

- ✓ **Innovación Cerrada:** Cuando el grupo de los innovadores conciernen a una misma empresa.
- ✓ **Innovación Abierta:** Cuando el descubrimiento es surgido de la sinergia del trabajo disperso e independientes de muchos individuos que pertenecen a agrupaciones diferentes.

2.2.1.2 Confiabilidad

(Sueiro, 2019) menciona en su artículo “Gestión – Tendencias” que la confiabilidad es la “suficiencia de un ítem de ejecutar una función requerida, en índole establecidas mediante el tiempo determinado” a si mismo se ha logrado que la confiabilidad sea requerida cuando el ítem hace lo que se desea que haga y en el instante que queremos que lo haga, al referirse al ítem se refiere a una máquina, una planta industrial, un sistema, y hasta así mismo una persona.

En el artículo antes mencionado también se aborda un punto muy importante que es como mejorar la confiabilidad a continuación se enlistara una breve lista de las mejorías que se podrían hacer y poner en practica

- ✓ **Mejorar la Calidad:** este se enlaza con la minimización de las fallas en un periodo de tiempo, entendiendo como falla algún evento que dañe el desempeño de los activos.
- ✓ **Reducir el Riesgo:** Esta implica la aplicación de medidas para minimizar las particularidades que representen una perdida abundante
- ✓ **Mejorar la Rentabilidad:** Esta se encadena con la capacidad para originar utilidad o beneficio; de otra u otra manera, la unión entre utilidades en inversión o recursos que se emplearon para obtenerlos.
- ✓ **Cumplir la Legislación gubernamental:** Responder el cumplimiento del conjunto de las leyes y normas de un Estado referente a una materia o un asunto determinado

2.2.1.3 Aumento de competitividad

La competitividad permitirá a una empresa mantenerse en pie y llegar a la meta que desea, la competitividad es la capacidad de subsistencia de una empresa y por ello asimismo es la base de cualquier o aumento en un negocio (Clavijo, 2018), una competitividad empresarial bien estructurada es parte fundamental para poner en marcha estrategias y campañas efectivas, así como para llegar a las metas de desarrollo que se plantean, además de que las bases para continuar con un buen desarrollo, la competitividad empresarial puede estimarse como un índice que nos deja medir la salud o enfermedad de un negocio y con esto conocer el alcance del mismo.

La competitividad de una empresa puede segmentarse en dos tipos principales en este sentido (Rives, 2019) menciona que “ La competitividad empresarial es la capacidad que tienen las organizaciones de generar, mejorar o mantener su crecimiento y desarrollo dentro de un entorno

socioeconómico específico “ siguiendo con los dos tipos el primero es la competitividad estructural, esta va relacionada con la calidad del sistema o conformación de funcionamiento interno de una organización, el segundo tipo es la competitividad estructural esta va relacionado con la calidad del sistema de funcionamiento interno de una empresa.

2.2.1.4. Reducción de costos

De acuerdo con (CIMATIC, 2020) la reducción de costo hace referencia al proceso que este se lleva a cabo en diversas organizaciones con la única intención de menorar sus gastos y así maximizar sus ganancias, este articulo engloba el análisis continuo de todas las actividades empresariales para tomar decisiones que son beneficiosas para la empresa y así incluir una serie de acciones con las que se alcanza maximizar la competitividad mediante la mejoría de procesos, productos, servicios y costos, cuando se sobrepone una estrategia de reducción de cosos esta busca alzar la rentabilidad de la organización y por siguiente, la productividad, en palabras más sencillas se aspira hacer más por menos, producir la misma cantidad con menores gastos, cualquiera de los dos casos al único lugar que queremos llegar es a la reducción de costos, por esto es indispensable saber entender las ventajeas que ofrece esta determinación que ofrece esta iniciativa que, para algunas organizaciones sigue siendo un gran riesgo que arrastra algunas incógnitas tales como:

- ✓ Reducciones Inmediatas
- ✓ Proceso de Reducción Controlado
- ✓ Cambios Internos Necesarios para Mejorar

En el artículo (Morillo, 2021) afirma que de acuerdo con los productos o servicios que ofrezca la organización, las estrategias de reducción de costos pueden ser varias debido a las resoluciones que se propongan y apliquen en el desarrollo de algún producto, las cuales van únicamente a impactar de manera positiva al coste de este.

3. DIAGNÓSTICO

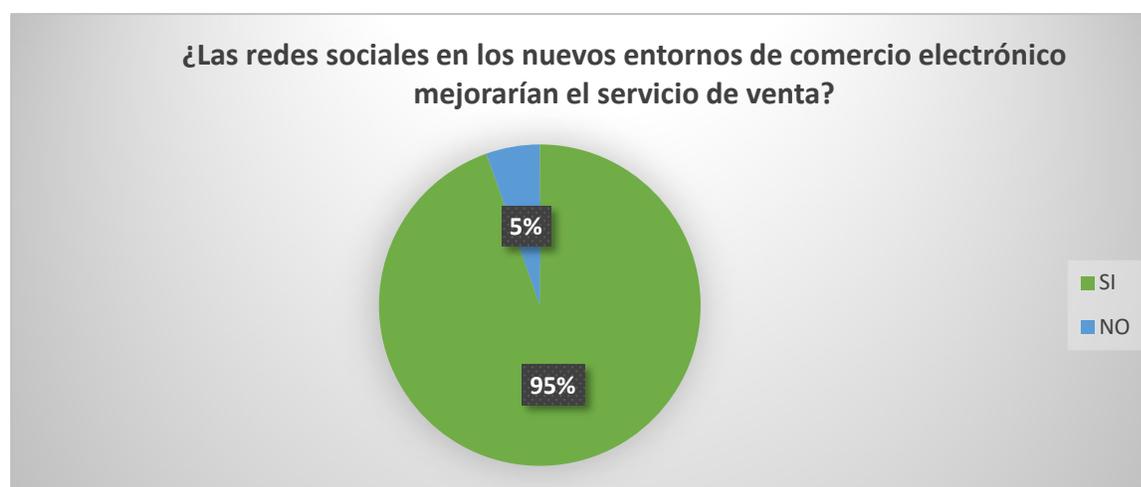
3.1. Dimensión: Innovación

Pregunta 1: ¿Las redes sociales en los nuevos entornos del comercio electrónico mejorarían el servicio de venta?

Tabla 3 Nuevos modelos de negocios

AFIRMACIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	35	95%
NO	2	5%
TOTAL	37	100%

Elaborado por: Lisbeth Cedeño



Nota: 1 Encuesta dirigida a los clientes del local Novedades Lisbeth Kids en el Nuevo Tarqui de la ciudad de Manta en el año 2021

Análisis

De acuerdo al criterio de los clientes que van regularmente al local Novedades Lisbeth Kids, se ha podido determinar la opinión que tienen sobre si las redes sociales en los nuevos entornos de comercio electrónico mejorarían al servicio de venta, obteniendo resultados muy positivos, con treinta y siete encuestados de los cuales treinta y cinco respondieron sí que esto representa el 95% del porcentaje total, y los dos encuestados restantes que representan el 5% respondieron que no, este porcentaje último considera que las redes sociales no mejorarían en el servicio de venta a diferencia del porcentaje mayoritario.

Pregunta 2: ¿Le facilitaría conocer y comparar otros entornos comerciales relacionados a las ventas?

Tabla 4 Incursión en otros sectores comerciales

AFIRMACIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	33	89%
NO	4	11%
TOTAL	37	100%

Elaborado por: Lisbeth Cedeño



Nota: 2 Encuesta dirigida a los clientes del local Novedades Lisbeth Kids en el Nuevo Tarqui de la ciudad de Manta en el año 2021

Análisis

De acuerdo con el criterio de los clientes que van regularmente al local Novedades Lisbeth Kids, se ha podido determinar la opinión que tienen sobre si le facilitaría conocer y comparar otros entornos comerciales relacionados a las ventas, obteniendo resultados mayormente positivos, con treinta y siete encuestados de los cuales treinta y tres respondieron sí que esto representa el 89% del porcentaje total, y los cuatro encuestados restantes que representan el 11% respondieron que no, este porcentaje último considera que no le facilitaría conocer los entornos comerciales que van relacionados con las ventas a diferencia del porcentaje mayoritario.

Pregunta 3: ¿La creación de nuevas aplicaciones tiene relación con la innovación?

Tabla 5 Creación de nuevos prototipos

AFIRMACIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	33	89%
NO	4	11%
TOTAL	37	100%

Elaborado por: Lisbeth Cedeño



Nota: 3 Encuesta dirigida a los clientes del local Novedades Lisbeth Kids en el Nuevo Tarqui de la ciudad de Manta en el año 2021

Análisis:

De acuerdo con el criterio de los clientes que van regularmente al local Novedades Lisbeth Kids, se ha podido determinar la opinión que tienen sobre si la creación de nuevas aplicaciones tiene relación con la innovación, obteniendo resultados muy positivos, con treinta y siete encuestados de los cuales treinta y tres que sí que esto representa el 89% del porcentaje total, y los cuatro encuestados restantes que representa el 11% respondieron que no, este porcentaje último considera que las nuevas aplicaciones no tienen relación con la innovación a diferencia del porcentaje mayoritario.

Pregunta 4: ¿Este proceso de mejora en termino de innovación facilitan las compras de los productos?

Tabla 6 Se desarrollan nuevos objetivos empresariales

AFIRMACIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	36	97%
NO	1	3%
TOTAL	37	100%

Elaborado por: Lisbeth Cedeño



Nota: 4 Encuesta dirigida a los clientes del local Novedades Lisbeth Kids en el Nuevo Tarqui de la ciudad de Manta en el año 2021

Análisis

De acuerdo con el criterio de los clientes que van regularmente al local Novedades Lisbeth Kids, se ha podido determinar la opinión que tienen sobre si este proceso de mejora en termino de innovación facilitan las compras de los productos, obteniendo resultados mayormente positivos, con treinta y siete encuestados de los cuales treinta y seis respondieron que sí que esto representa el 97% del porcentaje total, y un encuestado restante que representa el 3% que respondió que no, este porcentaje último no considera que la innovación facilitaría la compra de los productos a diferencia del porcentaje mayoritario.

3.2. Dimensión: Confiabilidad

Pregunta 5: ¿Los procesos de ventas utilizando redes sociales generan confianza?

Tabla 7 Se brinda varias soluciones alternativas a un mismo problema

AFIRMACIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	20	54%
NO	17	46%
TOTAL	37	100%

Elaborado por: Lisbeth Cedeño



Nota: 5 Encuesta dirigida a los clientes del local Novedades Lisbeth Kids en el Nuevo Tarqui de la ciudad de Manta en el año 2021

Análisis:

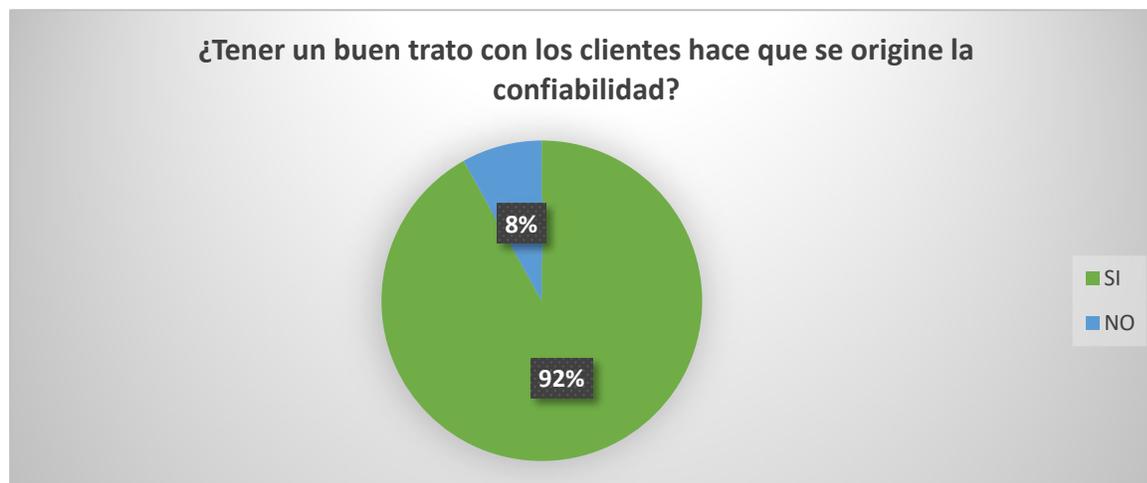
De acuerdo con el criterio de los clientes que van regularmente al local Novedades Lisbeth Kids, se ha podido determinar la opinión que tienen sobre si los procesos de ventas utilizando redes sociales generan confianza, obteniendo porcentajes regulares, con treinta y siete encuestados de los cuales veinte respondieron que sí que esto representa el 54% del porcentaje total, y los diecisiete encuestados restantes que representa el 46% respondieron que no, este porcentaje último considera que las redes sociales no generan confianza.

Pregunta 6: ¿Tener un buen trato con los clientes hace que se origine la confiabilidad?

Tabla 8 Un buen trato

AFIRMACIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	34	92%
NO	3	8%
TOTAL	37	100%

Elaborado por: Lisbeth Cedeño



Nota: 6 Encuesta dirigida a los clientes del local Novedades Lisbeth Kids en el Nuevo Tarqui de la ciudad de Manta en el año 2021

Análisis:

De acuerdo con el criterio de los clientes que van regularmente al local Novedades Lisbeth Kids, se ha podido determinar la opinión que tienen sobre si tener un buen trato con los clientes hace que se origine la confiabilidad, obteniendo resultados muy positivos, con treinta y siete encuestados de los cuales treinta y cuatro respondieron sí que esto representan el 92% del porcentaje total, y los tres encuestados restantes que respondieron que no representa el 8%, este porcentaje último considera que el tener un buen trato no origina la confiabilidad.

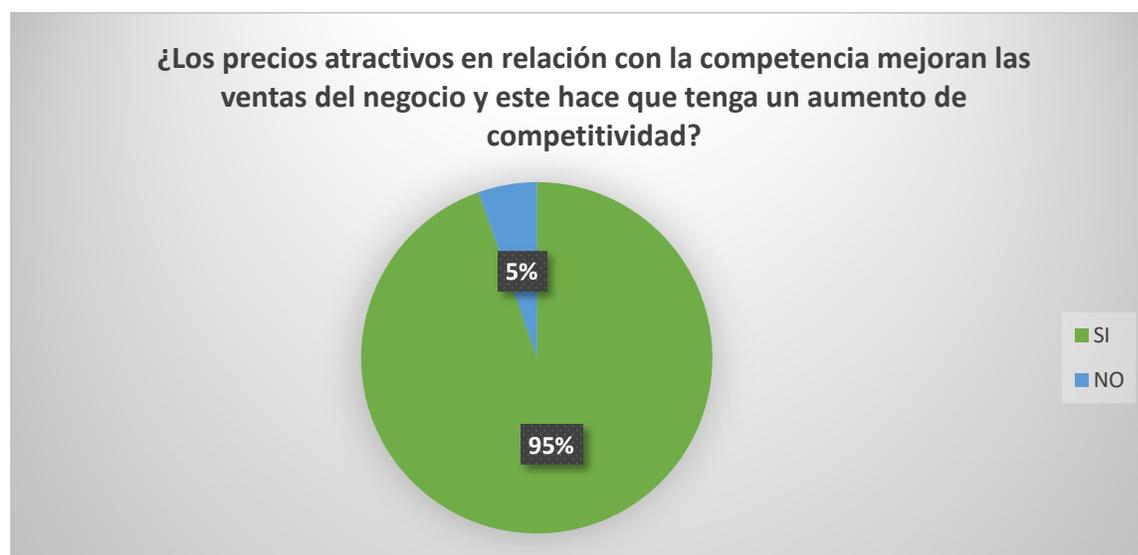
3.3. Dimensión: Aumento de competitividad

Pregunta 7: ¿Los precios atractivos en relación con la competencia mejoran las ventas del negocio y este hace que tenga un aumento de competitividad?

Tabla 9 Precios más asequibles

AFIRMACIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<i>SI</i>	35	95%
<i>NO</i>	2	5%
TOTAL	37	100%

Elaborado por: Lisbeth Cedeño



Nota: 7 Encuesta dirigida a los clientes del local Novedades Lisbeth Kids en el Nuevo Tarqui de la ciudad de Manta en el año 2021

Análisis:

De acuerdo con el criterio de los clientes que van regularmente al local Novedades Lisbeth Kids, se ha podido determinar la opinión que tienen sobre si los precios atractivos con la competencia mejoran las ventas del negocio y este hace que tenga un aumento de competitividad, con treinta y siete encuestados de los cuales treinta y cinco respondieron que sí que esto representa el 95% del porcentaje total, y los dos encuestados restantes que representan el 5% respondieron que no, este porcentaje último considera que la mejoría en el negocio no genera un aumento de competitividad.

Pregunta 8: ¿El aumento de competitividad se relaciona con la calidad de productos que ofertamos en nuestro local?

Tabla 10 Calidad Superior

AFIRMACIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	25	68%
NO	12	32%
TOTAL	37	100%

Elaborado por: Lisbeth Cedeño



Nota: 8 Encuesta dirigida a los clientes del local Novedades Lisbeth Kids en el Nuevo Tarqui de la ciudad de Manta en el año 2021

Análisis:

De acuerdo con el criterio de los clientes que van regularmente al local Novedades Lisbeth Kids, se ha podido determinar la opinión que tienen sobre si el aumento de la competitividad se relaciona con la calidad de productos que ofertamos en nuestro local, con treinta y siete encuestados de los cuales veinticinco respondieron que sí que esto representa el 68% del porcentaje total, y los doce que representa el 32% respondieron que no, este porcentaje último considera que no se relaciona el aumento de competitividad con la calidad de productos que se ofertan.

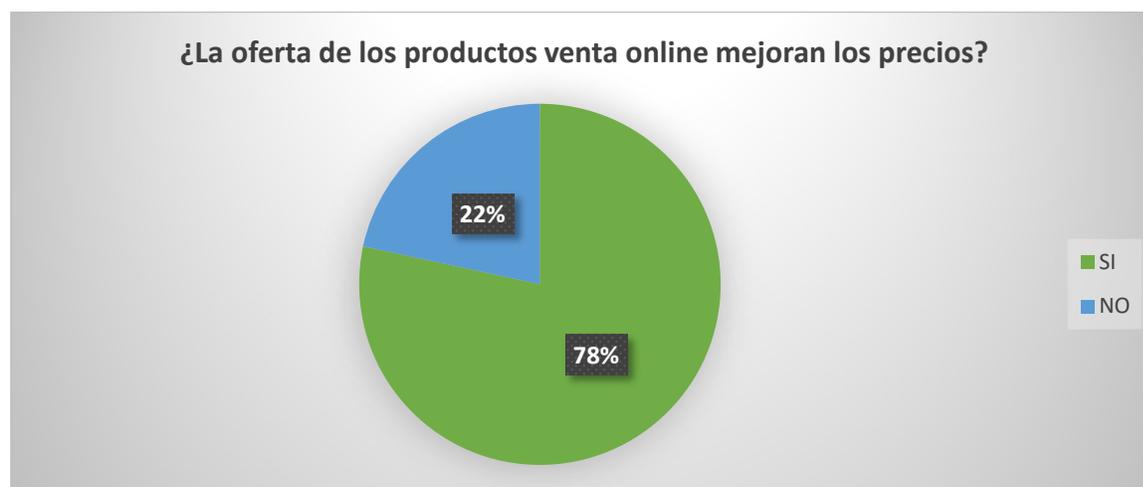
3.4. Dimensión: Reducción de Costos

Pregunta 9: ¿La oferta de los productos venta online mejoran los precios?

Tabla 11 La gestión del Stock

AFIRMACIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	29	78%
NO	8	22%
TOTAL	37	100%

Elaborado por: Lisbeth Cedeño



Nota: 9 Encuesta dirigida a los clientes del local Novedades Lisbeth Kids en el Nuevo Tarqui de la ciudad de Manta en el año 2021

Análisis:

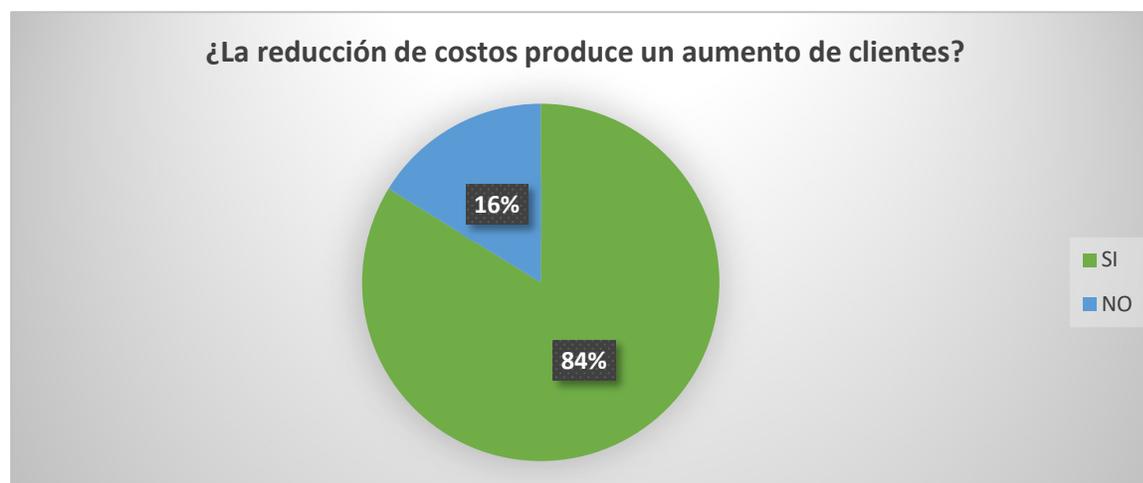
De acuerdo con el criterio de los clientes que van regularmente al local Novedades Lisbeth Kids, se ha podido determinar la opinión que tienen sobre si la oferta de los productos venta online mejoran los precios, con treinta y siete encuestados de los cuales veintinueve respondieron que sí que esto representa el 78% del porcentaje total, y ocho respondieron que no representa el 22% restante, este porcentaje último considera que no mejorarían los precios.

Pregunta 10: ¿La reducción de costos produce un aumento de clientes?

Tabla 12 Aumento de ganancias

AFIRMACIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	31	84%
NO	6	16%
TOTAL	37	100%

Elaborado por: Lisbeth Cedeño



Nota: 10 Encuesta dirigida a los clientes del local Novedades Lisbeth Kids en el Nuevo Tarqui de la ciudad de Manta en el año 2021

Análisis:

De acuerdo con el criterio de los clientes que van regularmente al local Novedades Lisbeth Kids, se ha podido determinar la opinión que tienen sobre si la reducción de costos produce un aumento de clientes, con treinta y siete encuestados de los cuales treinta y uno respondieron que sí que esto representa el 84% del porcentaje total, y los seis restantes respondieron que no que representa el 16%, este porcentaje último considera que la reducción de costos no produce un aumento de clientes.

3.8 COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

3.8.1 Comprobación de hipótesis específica #1

La innovación influye en la falta de aplicación de las Tics en el local de ropa de niño en Novedades Lisbeth Kids ubicada en Manta en el Nuevo Tarqui en al año 2021.

Para realizar la comprobación de hipótesis se toma como referencia la pregunta N.º 4 donde se mencionan 2 parámetros que las personas encuestadas puedan escoger los cuales están ponderados según la escala dicotómicas de la siguiente forma:

1. Si
2. No

Los resultados obtenidos para esta dimensión fueron los siguientes; si 97%, no 3%, por lo tanto, se manifiesta que en el indicador presente en esta interrogante que es la innovación la valoración mayor está en el parámetro “si” con un 97% mientras que el otro parámetro señala un porcentaje de 3%, lo que indica que la hipótesis se comprobó de manera proporcional, es decir que la hipótesis está analizada y aceptada parcialmente, por ende, se debe mejorar las técnicas y herramientas sobre la innovación de tal manera que se pueden corregir los errores y poder reducir los límites en esta hipótesis.

3.8.2 Comprobación de hipótesis específica #2

La confiabilidad en la falta de aplicación de las Tics en el local de ropa de niño en Novedades Lisbeth Kids ubicada en Manta en el Nuevo Tarqui en al año 2021.

Para realizar la comprobación de hipótesis se toma como referencia la pregunta N.º 6 donde se mencionan 2 parámetros que las personas encuestadas puedan escoger los cuales están ponderados según la escala dicotómicas de la siguiente forma:

1. Si
2. No

Los resultados obtenidos para esta dimensión fueron los siguientes; si 92%, no 8%, por lo tanto, se manifiesta que en el indicador presente en esta interrogante que es la confiabilidad la valoración mayor está en el parámetro “si” con un 92% mientras que el otro parámetro señala un porcentaje de 8%, lo que indica que la hipótesis se comprobó de manera proporcional, es decir que la hipótesis está analizada y aceptada

parcialmente, por ende, se debe mejorar las técnicas y herramientas sobre la confiabilidad de tal manera que se pueden corregir los errores y poder reducir los límites en esta hipótesis.

3.8.3 Comprobación de hipótesis específicas #3

El aumento de la competitividad influye en la falta de aplicación de las Tics en el local de ropa de niño en Novedades Lisbeth Kids ubicada en Manta en el Nuevo Tarqui en al año 2021.

Para realizar la comprobación de hipótesis se toma como referencia la pregunta N.º 7 donde se mencionan 2 parámetros que las personas encuestadas puedan escoger los cuales están ponderados según la escala dicotómicas de la siguiente forma:

1. Si
2. No

Los resultados obtenidos para esta dimensión fueron los siguientes; si 95%, no 5%, por lo tanto, se manifiesta que en el indicador presente en esta interrogante que es aumento de competitividad la valoración mayor está en el parámetro “si” con un 95% mientras que el otro parámetro señala un porcentaje de 5%, lo que indica que la hipótesis se comprobó de manera proporcional, es decir que la hipótesis está analizada y aceptada parcialmente, por ende, se debe mejorar las técnicas y herramientas sobre el aumento de competitividad de tal manera que se pueden corregir los errores y poder reducir los límites en esta hipótesis.

3.8.4. Comprobación de hipótesis específicas #4

La reducción de costos influye en la falta de aplicación de las Tics en el local de ropa de niño en Novedades Lisbeth Kids ubicada en Manta en el Nuevo Tarqui en al año 2021.

Para realizar la comprobación de hipótesis se toma como referencia la pregunta N.º 10 donde se mencionan 2 parámetros que las personas encuestadas puedan escoger los cuales están ponderados según la escala dicotómicas de la siguiente forma:

1. Si
2. No

Los resultados obtenidos para esta dimensión fueron los siguientes; si 84%, no 16%, por lo tanto, se manifiesta que en el indicador presente en esta interrogante que es reducción de costos la valoración mayor está en el parámetro “si” con un 84% mientras que el otro parámetro señala un

porcentaje de 16%, lo que indica que la hipótesis se comprobó de manera proporcional, es decir que la hipótesis está analizada y aceptada parcialmente, por ende, se debe mejorar las técnicas y herramientas sobre la reducción de costos de tal manera que se pueden corregir los errores y poder reducir los límites en esta hipótesis.

3.5.5 Comprobación de hipótesis general

En la actualidad la falta de aplicación de la Tics incide considerablemente en las ventas del local Novedades Lisbeth Kids ubicada en Manta en el Nuevo Tarqui en el año 2021

De la misma manera como en los casos anteriores donde se analizaron las hipótesis específicas se toma como referencia 2 parámetros los cuales están ponderados según la escala dicotómica de la siguiente forma:

1. Si
2. No

Los mayores porcentajes según las encuestas se encuentran ponderadas con un valor de 1 que corresponde al parámetro “si” y las valoraciones obtenidas en cada una de las dimensiones indican lo siguiente en la dimensión “innovación” el porcentaje es 92,5% , en la dimensión “confiabilidad” el porcentaje es 73% para la dimensión “aumento de competitividad” el porcentaje es de 81,5% y para la dimensión “reducción de costos” el porcentaje es de 81%, de tal manera que el resultado medio es de un 82% porcentaje que indica la mayor ponderación en el parámetro “si”.

Lo que permite analizar desde un punto de vista más neutral que el alcance inicial de la hipótesis planteada que concretó y proporcionó una pauta de guía en el proyecto de investigación sobre las tics y su incidencia en las ventas online en el local novedades Lisbeth Kids en el nuevo Tarqui de la ciudad de Manta en el año 2021, mediante los enunciados de las distintas hipótesis planteadas sobre si, en la actualidad estos las tics inciden en la venta online, ha sido comprobada y aceptada dentro de los límites de aceptación, sin embargo, se deben mejorar cada uno de los aspectos más relevantes de tal manera que se puedan reducir las brechas en esta hipótesis.

4. PROPUESTA

4.1. Propuesta para la solución del problema

LAS TICS Y SU INCIDENCIA EN LAS VENTAS ONLINE EN EL LOCAL NOVEDADES LISBETH KIDS EN EL NUEVO TARQUI DE LA CIUDAD DE MANTA EN EL AÑO 2021

4.1.1. Antecedentes

La inclusión de las Tics en las ventas Online es considerada como un componente que aumenta la competitividad a través de una mayor productividad, eficiencia y rentabilidad del negocio. Pero su efecto depende de las características de la tecnología, las condiciones ambientales y las capacidades internas de la empresa.

Explorar el impacto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), especialmente Internet, no solo como una forma de eliminar las barreras a la comunicación, sino también como una forma efectiva de iniciar nuevos negocios, mostrando cómo los avances tecnológicos pueden convertirse en las nuevas estrategias de competitividad y desarrollo. para transferencia de fondos, etc. Se define así claramente el comercio electrónico, que ha ampliado la forma de venta de productos o servicios más allá del uso de plataformas de comunicación (radio, noticias y televisión) u otros medios alternativos (como catálogos, señalización, monitores y vallas en vehículos de transporte, etc) transformándose en la tendencia y redención futura de las empresas latinoamericanas e incluso globales. Es por ello por lo que se hace énfasis a los cuatro componentes los cuales son: Innovación, Confiabilidad, Aumento de Competitividad y Reducción de Costos. Estos componentes están ligados a la investigación realizada y nos permite indicar que se relacionan presentando indicadores como: Nuevos modelos de negocios, Incursión en otros sectores comerciales, Creación de nuevos prototipos, se desarrollan nuevos objetivos empresariales, Se brinda varias soluciones alternativas a un mismo problema, Un buen trato, Precios más asequibles, Calidad superior, La gestión del stock, aumento de ganancias.

4.1.2. Desarrollo de las estrategias

4.1.2.1 Las Tics

Tabla 13 Innovación

OBJETIVO	ESTRATEGIA	ÍNDICES	LINEA DE ACCIÓN
Ejecutar acciones para mejorar el desarrollo de las Tics y su incidencia en las ventas online en el local novedades Lisbeth Kids en el nuevo Tarqui de la ciudad de Manta en el año 2021	Crear una infraestructura tecnológica para establecer e incorporar los procesos adecuados para el desarrollo de las Tics	Nuevos modelos de negocios	Implementar y ejecutar a través de medios virtuales y tecnológicos un sistema para la creación de cuentas en las redes sociales y de esta manera fomentar la venta online
		Incursión en otros sectores comerciales	Establecer el modelo de estrategia conocida como horizontal, que en este se vende los productos a nuevos mercados que se relacionan con el ámbito comercial
		Creación de nuevos prototipos	Desarrollar usuarios en las redes sociales más populares como lo son Facebook, Instagram y WhatsApp
		Se desarrollan nuevos objetivos empresariales	Desarrollar actividades estrategias para la adaptación de los nuevos objetivos empresariales

Tabla 14 Confiabilidad

OBJETIVO	ESTRATEGIA	ÍNDICES	LINEA DE ACCIÓN
	Propiciar el funcionamiento de las ventas para los clientes que aún no se sienten en confianza al realizar sus compras de manera física.	Se brinda varias soluciones alternativas a un mismo problema	Implementar un plan de soluciones donde el vendedor comienza a enfocarse en las personas que tienen mayores problemas, luego los menos afectados y así seguir sucesivamente hasta llegar a una solución determinante.
		Un buen trato	Promover dentro del personal la empatía para entender la necesidad del comprador y que este no se sienta sofocado durante la elección de su prenda.

Tabla 15 Aumento de Competitividad

OBJETIVO	ESTRATEGIA	ÍNDICES	LINEA DE ACCIÓN
	Priorizar los precios de los productos ofertados que se brindan en el local y a su vez la calidad de cada uno de ellos	Precios más asequibles	Implementar promociones, descuentos, ofertas entre otros
		Calidad superior	

			Invertir en mercadería internacional
--	--	--	--------------------------------------

Tabla 16 Reducción de Costos

OBJETIVO	ESTRATEGIA	ÍNDICES	LINEA DE ACCIÓN
	Implementar pequeñas encuestas mediante cualquier red social que vaya relacionado a sobre qué productos les gustaría que se ofertaran en el local	La gestión del stock	Planificación de los productos que más se vende y simplificar el catálogo de ventas.
		Aumento de ganancias	Establecer precios más atractivos por mayores volúmenes de compra o descuentos por mayoría compra.

5. CONCLUSIONES

- Al detectar las Tics y su incidencias en las venta online en el local Novedades Lisbeth Kids en el nuevo Tarqui de la ciudad de Manta en el año 2021, se evidenció la falta de aplicación de redes sociales o servicio electrónico que hay en el local; siendo esto un factor problemático para las personas que requieran de este servicio.
- Al analizar la innovación como parte de las Tics y su incidencias en las venta online en el local Novedades Lisbeth Kids en el nuevo Tarqui de la ciudad de Manta en el año 2021, se determinó que los indicadores de este factor son un precedente de los nuevos modelos de negocios en la incursión de otros sectores comerciales en la creación de nuevos prototipos y en donde se desarrollan nuevos objetivos empresariales.
- Al indicar como se genera la confiabilidad en las Tics y su incidencias en las venta online en el local Novedades Lisbeth Kids en el nuevo Tarqui de la ciudad de Manta en el año 2021, se observó como el local brindaría varias soluciones alternativas a varios problemas que se susciten en el momento de una compra o algo externo, también de crear un buen trato con el cliente y que este entre en confianza con el vendedor y que se sienta a gusto y no se sienta en presión a la hora de comprar.
- Al determinar el aumento de competitividad en las Tics y su incidencias en las venta online en el local Novedades Lisbeth Kids en el nuevo Tarqui de la ciudad de Manta en el año 2021, se pudo evidenciar como se priorizará en los precios, para que estos sean mas asequibles para los compradores.
- Al analizar la reducción de costos de las Tics y su incidencias en las venta online en el local Novedades Lisbeth Kids en el nuevo Tarqui de la ciudad de Manta en el año 2021; se puede decir que se debe hacer mucha énfasis en la gestión del stock ya que de esto depende del que el local no se quede con mercadería estancada y a su vez que haya un aumento de ganancias considerablemente por el buen manejo que se brindará en todos los aspectos.

6. RECOMENDACIONES

- Para evitar que estas incidencias intervengan a la funcionalidad del local se debe ejecutar acciones para mejorar el desarrollo de las Tics y ventas online para que de este manera el local Novedades Lisbeth Kids pueda surgir en el mercado de comercio electrónico y no quedarse estancado solo en las ventas físicas.
- Para incrementar la innovación se recomienda implementar y ejecutar un sistema para la creación de cuentas de redes sociales donde fomentaremos las venta online y a su vez también establecer el modelo de estrategia que se conoce como horizontal, donde nuestros productos serán ofertados en nuevos mercados, también se recomienda desarrollar usuarios en las redes sociales más utilizadas por las personas para hacer sus compras online y por ultimo desarrollar actividades estrategas para la adaptación de los nuevos objetivos.
- Para poder generar confiabilidad se recomienda implementar donde vayan por secciones de mayor a menor y así llegar a una solución determinante a favor de los clientes y también promover en el ámbito de los vendedores la empatía a la hora de atender a los clientes y a su vez la comprensión de estos, donde ellos no se sientan sofocados a elegir una sola prenda a llevarse.
- Para incrementar el aumento de competitividad se recomienda una sola acción que sería implementar promociones como lo son los descuentos, las ofertas de 2x1, las promociones de prendas, y también se recomienda en invertir en mercadería nueva que no haya en el centro comercial Nuevo Tarqui.
- Para regularizar la reducción de costos en local Novedades Lisbeth Kids se recomienda realizar la planificación de los productos más vendidos y los menos vendidos paraque haya una reducción de mercadería estancada y también establecer precios que sean el agrado de los clientes.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Acquila, E., Iglesias, N., Chaparro, P., & Peláez. (2015). Omnicanalidad en el sector de la ropa: una nueva revolución digital . *Visiones Sectoriales*, 6-8.
- Aguayo, M. (2019). La Ventaja Competitiva. *Administración, Ingeniería Gestión*, 1-4.
- Aguirre, B. (2017). *¿Qué son las TIC?* Ciudad de la Habana : Biblioteca Medica Nacional .
- Almerco, L. C. (2011). *Diseño Metodológico*. Lima: San Marcos.
- Alvarez, J. (s.f.). Estudio de factibilidad para la implementación del comercio electrónico CatMoon. *Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración y Marketing*. Universidad Tecnológica del Perú , Arequipa-Perú .
- Cevallos, M., & María, D. (s.f.). Generación de un plan de Marketing digital para el posicionamiento internacional de la fábrica de ropa "Euphoria" mediante la aplicación de herramientas del comercio electrónico y marketig digital . *Trabajo de graduación previo a la obtención del título de: Licenciado en Estudios Internacionales, mención Bilingüe en Comercio Exterior* . Universidad del Azuay-Facultad de Ciencias Jurídicas-Escuela de Estudios Interacionales, Cuenca-Ecuador.
- CIMATIC. (2020). Reducción de Costos. *CIMATIC AUTOMATIZAR ES CRECER* , 48.
- Clavijo, C. (2018). Competitividad empresarial: que es, importancia, tipos y ejemplos . *HubSpot*, 20.
- Concepto, E. (2022). *Que es la innovación* . Ecuador : Enciclopedia Concepto .
- Coral, C., Perdomo, J., & Galvis, R. (s.f.). Gestión de Recursos Tics en pymes del sector de confecciones de Ropa Formal (Hombre/Mujer) en la ciudad de Bogotá . *Trabajo de Grado* . Universidad del Rosario, Bogotá .
- Fischer, L., & Espejo, J. (2021). *La Venta Online*. México : Libro Mecadoctenia Pags 507-508.
- Hacay, D. (s.f.). Uso de las tics en la comercialización de ropa deportiva para agregar valor al proceso de venta en la ciudad de Guayaquil. *Trabajo de titulación que se presenta como requisito para optar el título de ingeniero en ciencias empresariales*. Universidad De Especialidades Espiritu Santo, Guayaquil.
- López, P. L. (2004). POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO. *Punto Cero*, 1-2.
- Macias, S., & Martinez, J. (s.f.). ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UN CLÚSTER DIGITAL PARA LAS TIENDAS DE ROPA Y ACCESORIOS UBICADAS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL. *TRABAJO DE TITULACIÓN PRESENTADA COMO REQUISITO PARA*

OPTAR POR EL TÍTULO DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL. Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas , Guayaquil.

- Maldonado, G., Martínez, M., Pérez, D., Aguilera, L., & González, M. (2010). La influencia de las TICS en el rendimiento de la PYME de Aguascalientes. *Investigación y Ciencia*, 3-8.
- Molina, L. (s.f.). Influencia de las TICs para mejorar las exportaciones de ropa infantil de la empresa KOSENTIDOS, Lima 2018. *Trabajo de investigación para optar el grado de: Bachiller en Administración y Negocios Internacionales* . Universidad Privada del Norte, Lima.
- Morillo, M. (2021). Rentabilidad Financiera y Reducción de Costos. *Actualidad Contables FACES*, 1-15.
- Rives, C. (2019). Que es una ventaja competitiva. *rockcontent*, 10-11.
- Roncancio, G. (2021). Estrategia: ¿ Que es ? y las herramientas para crearla. *PENSEMOS* , 8-16.
- Sandhusen, R. (2002). *Mercadotecnia, Primera Edición* . Madrid: Compañía Edojitorial Continental .
- Sarabia, M. T., & Espino, P. (2018). *Los paradigmas en las dinámicas legales, económicas, y de competitividad en el comercio internacional-Impacto de las Tics en las Mipymes*. México: Universidad Politécnica Metropolitana de Hidalgo.
- Sladogna, M. (2017). Servicio - Definciones y Perspectivas. *OIT CENTERFOR*, 4-9.
- Sueiro, G. (2019). Que es la confiabilidad . *Gestión - Tendencias* , 41.
- Torres, B. (2019). *Diseño Metodológico* . México : Pearson.
- Viteri, M. (s.f.). La influencia de las Tics en el desarrollo de las MiPymes. *Trabajo de titulación que se presenta como requisito previo a optar el grado de ingeniero en ciencias empresariales*. Universidades de Especialidades Espiritu Santo , Samborondón .

8. ANEXOS

Anexo 1: Formato del cuestionario realizado de forma presencial a los clientes del Local Novedades Lisbeth Kids

Encuesta sobre el Proyecto de titulación

Este cuestionario servirá como instrumento de recolección de datos para la realización de la investigación de tesis para la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

Encuesta para los clientes sobre Las Tics y su incidencia en las ventas online en el local novedades Lisbeth Kids en el nuevo Tarqui de la ciudad de Manta en el año 2021

Favor de llenar el cuestionario en su totalidad con la mayor sinceridad posible

NOMBRE:

EDAD:

PREGUNTAS DE RESPUESTA DE SI Y NO

1. Las redes sociales en los nuevos entornos de comercio electrónico mejorarían el servicio de venta

SI

NO

2. Le facilitaría conocer y comparar otros entornos comerciales relacionados a las ventas

SI

NO

3. La creación de nuevas aplicaciones tiene relación con la innovación

SI

NO

4. Este proceso de mejora en termino de innovación facilitan las compras de los productos

SI

NO

5. Los procesos de ventas utilizando redes sociales generan confianza

SI

NO

6. Tener un buen trato con los clientes hace que se origine la confiabilidad

SI

NO

7. Los precios atractivos en relación con la competencia mejoran las ventas del negocio y este hace que tenga un aumento de competitividad

SI

NO

8. El aumento de competitividad se relaciona con la calidad de productos que ofertamos en nuestro local

SI

NO

9. La oferta de los productos venta online mejoran los precios

SI

NO

10. La reducción de costos produce un aumento de clientes

SI

NO

Anexo 2: Formato del cuestionario realizado en Microsoft Forms

Encuesta sobre el Proyecto de Titulación

Este cuestionario servirá como instrumento de recolección de datos para la realización de la investigación de tesis para la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

Encuesta para los clientes sobre Las Tics y su incidencia en las ventas online en el local novedades Lisbeth Kids en el nuevo Tarqui de la ciudad de Manta en el año 2021

PREGUNTAS DE RESPUESTA DE SI Y NO

- 1. Las redes sociales en los nuevos entornos de comercio electrónico mejorarían el servicio de venta**

SI

NO

- 2. Le facilitaría conocer y comparar otros entornos comerciales relacionados a las ventas**

SI

NO

- 3. La creación de nuevas aplicaciones tiene relación con la innovación**

SI

NO

- 4. Este proceso de mejora en termino de innovación facilitan las compras de los productos**

SI

NO

- 5. Los procesos de ventas utilizando redes sociales generan confianza**

SI

NO

6. Tener un buen trato con los clientes hace que se origine la confiabilidad

SI

NO

7. Los precios atractivos en relación con la competencia mejoran las ventas del negocio y este hace que tenga un aumento de competitividad

SI

NO

8. El aumento de competitividad se relaciona con la calidad de productos que ofertamos en nuestro local

SI

NO

9. La oferta de los productos venta online mejoran los precios

SI

NO

10. La reducción de costos produce un aumento de clientes

SI

NO

Anexo 3: Encuesta realizada a la cliente que fue atendida en el local Novedades Lisbeth Kids

- Señora Yetty Rondón



Anexo 3: Encuesta realizada a la cliente que fue atendida en el local Novedades Lisbeth Kids

- Señora Yoselyn Mendoza



Anexo 4: Encuesta enviada por Gmail al cliente mediante la aplicación de Microsoft Forms

- Señora Roana Brava

The screenshot shows a Gmail inbox on a mobile device. The top navigation bar includes a WhatsApp icon, a search bar with "Encuesta para los clientes del lo...", and standard mobile browser controls. The Gmail interface shows a search bar with "Gmail" and "Buscar correo". The email list includes:

- From: lisbeth cedeño (11 jul 2022, 14:55)
- From: Roana Brava (11 jul 2022, 15:08)

The selected email from Roana Brava has the subject "Encuesta para los clientes del local novedades lisbeth Kids" and contains the text "Éxitos!!!". The email body shows a mobile interface with the time "15:08", signal strength, Wi-Fi, and battery icons. The address bar displays "Listo docs.google.com" with a lock icon and font size controls. The main content of the email is a survey titled "Encuesta para los clientes sobre Las Tics y su incidencia en las ventas online en el". A Windows activation watermark is visible in the bottom right corner of the email content.

Anexo 5: Encuesta realizada mediante WhatsApp con la aplicación Microsoft Forms

- Señor Carlos Delgado

